

El problema de la sobreexposición en las redes sociales visto a través del arte: posverdad y lifelogging

Helena Hernández Acuaviva¹

¹acuaviva@us.es, Universidad de Sevilla.

Abstract

Art challenges society. While exposed to continuous changes and advancements, the artistic creation has experienced a paradigm shift in the last decades, coinciding with the emergence of the Internet and the Web 2.0. The Internet is an immense virtual data warehouse of continuously updating data, where everything can be found, and a space for everyone in the world to connect. In the digital land, the limits of production, sharing and reception of images disappear. The virtual nature of the contemporary image adheres to the ideas of speed, saturation and post-truth. Our goal is to study how the latest art adapts to the global social network space and how artistic thought assimilates its working methods, aesthetics and language. With the support of the analysis of artistic proposals from creators committed with the investigation of the use of social media, we will demonstrate current dilemmas related to the saturated self and information's trustworthiness affected by the post-truth and the fake. Likewise, we will approach current issues about user privacy and we will evaluate the implications about overexposure of our life in social media, paying attention to relatively recent phenomena known as lifelogging. We will emphasize these ideas using digital creations as examples in video displayed on screens. Thus, using art as a device, we will try to conclude what is behind the images object to study: the context where they emerge from, the form in which they get composed and distributed, and how the user experiences them. Ultimately, we propose a thoughtful approach using art as a mediator to the conflicts linked to the use of the Internet and social media.

Keywords: social media, post-truth, lifelogging, public exhibition, artistic creation

Resumen

El arte toma el pulso de la sociedad. Expuesta a sus constantes cambios y avances, la creación artística ha experimentado un cambio de paradigma en las últimas décadas, coincidiendo con la aparición de Internet y la Web 2.0. La red es un gigantesco almacén

virtual de registro de datos en actualización continua, donde todo se puede encontrar, y un espacio colaborativo de interconexión entre personas de cualquier lugar del mundo. En el territorio digital los límites de producción, transmisión y recepción de imágenes se diluyen. La condición virtual de la imagen contemporánea lleva asociadas las ideas de velocidad, saturación y posverdad. Nuestro objetivo es estudiar cómo el arte último se adapta al espacio global de las redes sociales y cómo el pensamiento artístico asimila sus modos de hacer, su estética y su lenguaje. Apoyándonos en el análisis de las propuestas artísticas de creadores comprometidos con la reflexión en torno al empleo de las redes sociales, evidenciaremos problemáticas actuales relacionadas con la saturación del yo y la credibilidad informativa, afectada por el fenómeno de la posverdad y el fake. De la misma forma, abordaremos el dilema de la privacidad de los usuarios y deliberaremos sobre las implicaciones de la sobreexposición de nuestras vidas en las redes, atendiendo a fenómenos relativamente recientes como el denominado lifelogging. Enfatizaremos en estas ideas utilizando como ejemplo creaciones digitales intermediadas por la pantalla y de naturaleza fundamentalmente videográfica. Así, utilizando el arte como sensor, trataremos de concluir qué hay detrás de las imágenes objeto de estudio: el contexto en el que surgen, el modo en el que se construyen y distribuyen y el uso que hace el usuario de ellas. Proponemos, en definitiva, un acercamiento reflexivo a los conflictos asociados al uso de Internet y las redes sociales utilizando el arte como mediador.

Palabras clave: *redes sociales, posverdad, lifelogging, exposición pública, creación artística*

1. Introducción

El arte, siempre permeable y abierto a nuevos cambios, ha experimentado un reseñable giro discursivo desde la aparición de Internet, que también ha afectado a sus formas de representación. Este giro, en gran medida, se ha definido también en base a las derivas evolutivas que han tomado las tecnologías digitales en lo relacionado con su potencial comunicacional e interactivo. Las redes sociales se presentaron en sus inicios como un espacio de colaboración y de libre pensamiento. Sin embargo, ahora observamos cómo estos principios se han ido corrompiendo poco a poco y, donde antes solo veíamos libertad, ahora vemos numerosos peligros: uso ilícito de datos privados, manejo tendencioso de opiniones, engaños revestidos de aparente verdad, etc. De hecho, a poco que nos paremos a analizar determinados comportamientos sociales en redes detectamos la existencia de tendencias conductuales recurrentes; tendencias irreflexivas, acrílicas, que se perpetúan mediante la repetición del mensaje, ramificándose a golpe de reenvío. Pero, ¿realmente hay una mano invisible que deliberadamente nos encamina hacia un pensamiento unidireccional?, ¿nuestras decisiones en el plano virtual son verdaderamente nuestras?, ¿cómo se traslada nuestra actividad de la “vida digital” a la “vida física” y viceversa?

Realizando una aproximación comparativo-analítica apoyada en argumentos y ejemplos de artistas y pensadores y desde un posicionamiento reflexivo y artístico, a lo largo de las siguientes páginas vamos a detenernos a recapacitar sobre cómo la inmediatez y la saturación nos condicionan día a día, determinando nuestra supuesta libertad de pensamiento. Nos centraremos en dos cuestiones concretas, pero estrechamente relacionadas: por un lado, en el fenómeno de la posverdad y, por otro, en la aparición del denominado *lifelogging*. Para todo ello, vadearemos el territorio del videoarte e Internet a lo largo de la conocida como “segunda época” de la web (iniciada a principios del siglo XXI), analizando especialmente el papel que actualmente juegan los dispositivos móviles de envío, recepción y gestión de datos como soporte para el desarrollo creativo de un gran conjunto de prácticas comunicativas, interactivas y sociales cuya existencia está directamente sustentada en las redes.

2. Velocidad, saturación y sobreexposición

Vivimos en un mundo *líquido* (Bauman, 2016) o *gaseoso* (Michaud, 2007), según prefiramos definirlo, y a ello ha contribuido, indudablemente, Internet. El acontecimiento del siglo XXI que ha cambiado de manera radical nuestra forma de relacionarnos ha sido la aparición de la Web 2.0, en 2004. Desde aquel momento se incrementó notablemente el uso de Internet, especialmente a consecuencia de la aparición de las nuevas redes sociales, los blogs y otros espacios de compartición de fotografías y vídeos, hasta el punto de que actualmente estamos sujetos a tal número

de compromisos sociales *online* que no podemos separarnos de las redes. Esta imposibilidad de desconexión en la red está indisolublemente asociada a un fenómeno de saturación social que ya está siendo objeto de reflexión por parte de muchos artistas y pensadores (B. Mackern, 2020).

En el mundo contemporáneo las relaciones con otras personas han aumentado significativamente. Podemos estar escribiendo un email por cuestiones de trabajo a alguien en Helsinki y al minuto siguiente estar chateando con un amigo que se encuentra en Perú a través de Facebook y, en paralelo, estar felicitando el cumpleaños a un familiar que vive a diez kilómetros desde WhatsApp. Esto es, nuestros roles sociales no solo se han multiplicado, sino que se han diversificado hasta tal punto que creamos concepciones distintas de nosotros mismos para responder a los diferentes contextos sociales en un tiempo de respuesta vertiginosamente exigente, lo que con frecuencia nos lleva a asumir la personalidad y los valores de aquellos con quienes nos comunicamos en una especie de acto reflejo, sin pararnos a valorar objetivamente la verdad que hay tras esas relaciones. Esta idea es la que Kenneth J. Gergen —reputado psicólogo social— trabaja en su ya clásico *El yo saturado. Dilemas de la identidad en el mundo contemporáneo*, donde dice, refiriéndose a nuestras acciones diarias cotidianas, que “lo que era ‘simplemente yo’ pasa a ser propiedad de los dramas culturales creados por los medios; uno se convierte en actor a pesar de sí mismo, y poco a poco la cultura llega a ser una copia falsificada de sí misma” (Gergen, 2006, p. 316).

En una línea de observación similar a la de Gergen, encontramos a pensadores como el antropólogo francés Marc Augé, quien plantea la necesidad de dar sentido a nuestra vida en esta marea de exceso y sobreabundancia en la que estamos inmersos. En su artículo “Sobremodernidad. Del mundo de hoy al mundo de mañana”, tratando de explicar justamente la idea de *sobremodernidad* (entendida como estadio que sigue a la modernidad), Augé observa que la principal característica de este momento histórico es el exceso: exceso de información, exceso de imágenes y exceso de individualismo, inextricablemente ligados. Y además, refiriéndose específicamente a la imagen, arguye: “La adicción a la imagen aísla al individuo y le propone simulacros del prójimo. Más estoy en la imagen, menos invierto en la actividad de negociación con el prójimo que es en la reciprocidad, constitutiva de mi identidad” (Augé, 2007, p. 13). A la palabra escrita (en emails, chats, foros) y hablada (llamadas, mensajes de audio), debemos sumar la información visual que circula por Internet, ya sea en forma de fotografías, gifs, memes o videos, la cual, sin duda, también condiciona nuestras actividades y decisiones. La imagen internauta, ya sea fija o en movimiento, responde, al igual que el lenguaje verbal, a la velocidad de la red. En consecuencia, se crea y se consume con idéntica voracidad. Y es que, ¿quién no se ha llevado largos ratos frente a la pantalla de un móvil, imbuido en sí mismo, solamente pasando imágenes en redes sociales?

Nos referimos a esa especie de adicción irracional que nos impide despegarnos de la pantalla del móvil, de la *tablet* o del ordenador y que nos lleva a deambular por los muros de Facebook, por las *Stories* de Instagram o a ver un Challenge tras otro en Tiktok, sin ser conscientes del tiempo invertido en ello. Se trata de una tendencia que afecta a nuestro comportamiento y que nos impulsa a hacer y consumir imágenes sin motivo alguno. Este comportamiento *voyeur* en las redes incrementa la sobreexposición de quien se muestra, pero indirectamente también expone a quien mira, aunque no resulte evidente en principio. Un ejemplo muy conocido hoy es el uso de *cookies*, que son consentidas por inercia, cada vez que entramos en una página de Internet. Un aviso que debería ser informativo se ha convertido en todo lo contrario. El tedio de tener que aceptar continuamente *cookies* al final lleva a que el usuario las apruebe sin pararse a leer en qué consisten o a valorar si está de acuerdo con los permisos que está proporcionando. Muchas empresas aprovechan los datos recabados a través de las *cookies* en beneficio propio, programando fórmulas algorítmicas que les permiten contrastarlos y usarlos con fines no siempre claros. Igualmente, las corporaciones que hay tras las plataformas sociales hacen un seguimiento de los espacios que visitamos y guardan el caché de nuestros dispositivos. De esta forma, los datos de nuestros perfiles en red están en seguimiento y control permanente (García, 2015, p. 21). Podríamos decir que estamos, queramos o no, continuamente sobreexpuestos.

Nos interesa especialmente cómo aborda este asunto la artista y profesora en *Multimedia* de la Universidad de las Artes de Berlín Hito Steyerl, tanto a nivel conceptual como creativo. Steyerl desarrolla sus investigaciones apoyándose en el estudio de la imagen digital y los medios de comunicación. Preocupada por el aumento del consumo de imágenes y el uso que actualmente se hace de las nuevas tecnologías e Internet, en sus trabajos advierte frecuentemente sobre el exceso de vigilancia al que estamos expuestos —la mayoría de las veces, de forma inconsciente—. En su exposición *Duty-Free Art* en el Museo Reina Sofía de Madrid, entre sus obras, se encontraba la pieza *How Not to Be Seen: a Fucking Didactic Educational. MOV File* (H. Steyerl, 2016). No sin cierta dosis de humor surrealista, esta obra se presenta como si fuera un tutorial técnico, a través del cual el usuario podría aprender a hacerse invisible frente a una cámara, evidenciando de esta forma el control al que todos estamos sometidos.



Fig. 1: *How Not to Be Seen: A Fucking Didactic Educational.MOV File* (Hito Steyerl, 2013). Disponible en: <https://www.artforum.com/video/hito-steyerl-how-not-to-be-seen-a-fucking-didactic-educational-mov-file-2013-51651>

Desde el momento en el que accedemos a la red, nos conectamos a cualquier plataforma o empleamos aplicaciones *online*, estamos aceptando ser rastreados de algún modo (Pariser, 2017, p. 43). Rastrear y almacenan nuestra ubicación, nuestras búsquedas, nuestros movimientos a través de las plataformas, analizan nuestras decisiones, contabilizan el tiempo que estamos conectados... Este estudio sobre nuestra actividad en la red no sólo se utiliza para ver qué hacemos o dejamos de hacer, se usa, entre otros muchos propósitos, para enseñar a la propia red qué debemos consumir y qué no en base al registro de nuestras compras previas, por ejemplo. Es decir, nuestra actividad en las redes nutre de información a las propias redes neuronales artificiales que construyen Internet o, lo que es lo mismo, Internet aprende de nosotros mediante tecnologías de Inteligencia Artificial (IA).

Evidentemente la implementación de la IA en nuestras vidas puede ser beneficiosa — nos puede orientar en nuestras acciones, solucionar procesos que antes requerían de muchas horas de trabajo y facilitar determinadas tareas mediante su programación cuando la IA se combina con el Internet de las Cosas (IC)— como ya hacen los asistentes virtuales *Google Home*, *Alexa* de Amazon o *Siri* de Apple. Sin embargo, la tecnología IA también puede sufrir fallos, ser atacada por *malwares* que afecten a nuestra intimidad o, sencillamente, puede suggestionar la toma de decisiones personales sin que el usuario se dé cuenta (un ejemplo claro son los resultados que devuelve Google en sus búsquedas, ordenados en base a criterios opacos para el usuario). El empleo de Internet implica la aceptación de la doble cara de esta moneda pues, por muy bien que un sistema artificial esté configurado y por mucho que cada día se trabaje en la mejora de su funcionamiento, siempre cabrá la posibilidad de que sucedan determinados errores, que sus respuestas no sean exactas o que incluso estas estén diseñadas para conseguir determinadas reacciones por parte del usuario. Este tipo de desajustes lo podemos ver, por ejemplo, cuando el asistente de teclado sustituye una palabra que es poco habitual por la que entiende que sería la correcta, afectando al sentido del mensaje; o en los razonamientos inductivos propios del *Image Captioning*, procesos destinados a que las máquinas puedan leer qué hay en una imagen y que evolucionan aprendiendo a partir de las elecciones que hacen los usuarios sobre imágenes similares. Esta clase de procesos propios de las *machine learning* se sustentan en el aprendizaje automático, también denominado *Deep Learning*, aunque no son capaces de detectar las cosas por sí solos, sino que para atribuir los roles de cada imagen utilizan como referencia las asociaciones que han hecho los usuarios previamente; y dado que no saben qué están aprendiendo ni de dónde, las correlaciones no siempre son las esperadas. Este tipo de respuestas mal dadas, desde el punto de vista creativo pueden dar lugar a absurdos visuales que, al mismo tiempo, explican de manera sencilla la falla del sistema, como sucede con la obra de la directora de arte y *tuitera* Karen Zack, quien hizo asociaciones de varias formas de animales y cosas con un alto grado de parentesco visual imitando el comportamiento de una *machine learning*. Relacionó imágenes,

entre otras, de chihuahuas y *muffins*, perros pastor y fregonas o *labradoodles* y pollo frito que para la lectura de una máquina son prácticamente iguales e imposibles de asociar a sus verdaderos significados. En este caso concreto, los montajes de fotos elaborados por Zack se convirtieron rápidamente en memes virales. Esta tuitera se inspiró en el artículo “15 Pets That Look So Much Like Food It Will Make You Uncomfortable” de *BuzzFeed* (Reinsteis, 2015).

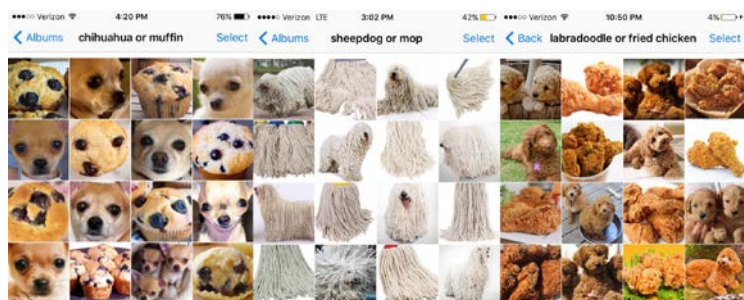


Fig. 2: Karen Zack (@teenybiscuit). Imágenes de hilo de Twitter “chihuahua or muffin ?”/ “sheepdog or mop ?”/ “ labradoodle or fried chicken ?”. 10 mar. 2016, 1:40 a. m./ 9 mar. 2016, 9:54 p. m./ 3 mar. 2016, 4:25 a. m. [Twitter].
Disponibile en:

<https://twitter.com/teenybiscuit/status/707727863571582978?s=1001>

Un caso inquietante que nos lleva a plantearnos los límites éticos de la programación de comportamientos de la IA es *Norman*, el algoritmo psicópata y macabro desarrollado por el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) que curiosamente fue bautizado como Norman Bates, el asesino de *Psicosis*. Este algoritmo fue un experimento diseñado para interpretar negativamente imágenes y ver qué sucedía si enseñaban a una IA a ver sólo lo más oscuro de la red —de hecho, ante una misma imagen del test Rorschach, un algoritmo normal interpretó la mancha como un jarrón con flores, mientras que Norman escribió: "Un hombre es disparado en la cabeza"— (Wakefield, 2021).

Podríamos decir que “los creadores que se adentran en las ‘entrañas’ de lo digital y que finalmente trabajan con los lenguajes de programación encuentran en ellos múltiples posibilidades estético-procesuales” (Torrado y Muñoz, 2018, p. 74). Una de estas derivas es la del “pensamiento máquina”. Actualmente hay cada vez más artistas experimentando con las posibilidades que ofrece Internet en lo que afecta a la creación de imágenes mediante la “visión” artificial de las *machine learning*, preguntándose qué sorpresas visuales podrían llegar a devolvernos y estudiando nuevas alternativas basadas en el empleo de la IA que permitan una mayor interacción con el público — usuario en un futuro próximo—. La mayoría de estos nuevos instrumentos digitales que

ahora emplean los artistas están programados para que su uso sea sencillo. Muestra de ello es el *Deep Dream Generator*, un algoritmo de procesamiento de imágenes que lanzó Google en 2015, que permite la fusión inteligente de imágenes en base a una arquitectura de red neuronal específicamente diseñada para ello y que ahora hay un número significativo de artistas que emplean. Una obra que presenta las características estéticas propias del *Deep Dream Generator* es *#Deepdream is blowing my mind*, del artista e investigador Memo Akten (Memo Akten, 2015), la cual creó utilizando, precisamente, el algoritmo antes citado. En esta obra, lo que fascina al artista es la poética de lo que sucede mientras el algoritmo trabaja en la creación de la obra. Se trata de una red neuronal que tiene que enfrentarse al reconocimiento de su cara, la cual el sistema tiene que ir aprendiendo. Por esta razón, las imágenes que va creando el sistema son extrañas evoluciones del rostro de Akten, que acaba fusionándose con el ruido de las remezclas de imágenes propias de la máquina.

No obstante, también hay artistas cuya formación en las tecnologías digitales les permite llevar a cabo trabajos donde la programación resulta necesaria. Un pionero en el campo de la IA y del aprendizaje automático y de las redes neuronales es el artista Mario Klingemann, quien crea e investiga sistemas fabricados a partir de algoritmos e IA. Este artista experimenta sobre el comportamiento de la percepción humana en el arte y estudia cómo la máquina puede llegar a emular procesos de construcción de imágenes artísticas. Así, gracias a las técnicas de aprendizaje profundo y explorando nuevas estéticas, pretende desdibujar la línea entre la creatividad del ser humano y la máquina. Destacaremos, entre sus creaciones, la instalación de medios digitales interactivos *Circuit Training* que realizó en 2019 (Mario Klingemann, 2019), para la exposición *IA: More than Human* en el Barbican Centre, en Londres. Esta obra está cargada de imágenes que fluyen y se superponen y, al utilizar IA, está además en un constante aprendizaje. Todos los días reúne fotografías del entorno mediante una cámara similar a las de vigilancia; esas imágenes, después, dan lugar a nuevos retratos, a veces ligeramente abstractos, ideados por el sistema informático. Mientras, al mismo tiempo, otra cámara recoge las reacciones de alrededor, haciendo un estudio de los índices de atención de los espectadores e integrando las opiniones que comparten. El resultado es una obra interactiva en continuo desarrollo, donde la imagen siempre es nueva.



Fig. 3: *Circuit Training* (Mario Klingemann, 2019).

Disponible en: <https://underdestruction.com/2020/08/29/circuit-training/>

3. Posverdad y el arte

La *posverdad* o *mentira emotiva*, que lleva asociadas la idea del *fake* y de la manipulación (Levi, 2019, p. 23) se da cuando la veracidad de la información o de lo representado carece de importancia y se convierte en una verdad a medias (Llorente y Cuenca, 2017, p.12). El fenómeno de la *posverdad* convierte la búsqueda de la objetividad en algo banal, priorizando lo emotivo frente a lo verídico. El término *posverdad* es relativamente nuevo —es un neologismo de este siglo—, sin embargo, la noción ha trascendido rápidamente asociada, sobre todo, a la televisión e Internet. La *posverdad* se sostiene sobre ideas falsas que pretenden pasar por buenas mediante el empleo de estrategias vinculadas a la insinuación, la presuposición y sobreentendimiento. Se trata de ideas por lo general descontextualizadas, desvirtuadas y simplificadas que nos llevan a extraer conclusiones contundentes pero equivocadas, que rápidamente asumimos como verdades inamovibles dada su aparente evidencia. Los *fakes* empezaron a inundar Internet hace unos años, coincidiendo con el momento de aparición de la Web 2.0, cuando el usuario pasa a ser protagonista en las redes sociales. Entonces, también surgieron otros muchos conceptos novedosos, como el DIY (hágalo usted mismo), la ubicuidad, la colaboratividad, la transmutación del dato, la nube, etc. Cualquier persona con acceso a Internet tiene el control de mover, manipular y crear datos, o dicho de otra forma, es *prosumidor* (Toffler, 1980, p. 13), en la medida en que tan pronto interactúa como produce contenido.

En nuestra opinión, este hecho es precisamente una de las causas que han contribuido a la creación del fenómeno del que estamos hablando. El punto de partida es obviamente positivo, pues Internet hoy día permite la participación horizontal de todos los usuarios —aunque esta idea es, obviamente muy discutible—. Las redes ofrecen plantillas vacías con estructuras para completarlas (cualquiera puede editar un artículo

en la Wikipedia, por ejemplo) (Serrano, 2006, p. 1) lo que conlleva una convergencia de la producción social e informativa e, incluso, económica, como observa el profesor Juan Martín Prada (Martín, 2018, p. 67). Sin embargo, es tal el exceso de información y de fuentes (tantas como usuarios) que resulta imposible contrastar la veracidad de todas ellas. En consecuencia, tan fácil resulta la divulgación de una noticia verídica que otra que no lo es, siendo así que muchos *fakes* consiguen filtrarse en el ciclo informativo. No obstante, el verdadero problema surge cuando determinados personajes públicos (políticos, referentes del mundo de la comunicación, de la cultura, famosos, *influencers*) se hacen eco intencionado de esas verdades a medias (Zafra, 2017, p. 185). Ello, sin duda, repercute en la opinión pública sobre los asuntos de debate del momento, modelando el pensamiento colectivo y dando forma, a una sociedad cada día más polarizada.

La pareja artística Eva & Franco Mattes reflejan muy bien el funcionamiento de este tipo de mentiras en su obra *No Fun* (Eva & Franco Mattes, 2010), una filmación performática en línea dentro de Chatroulette (<https://chatroulette.com/>), una plataforma de emparejamiento seleccionada al azar para llevar a cabo el proyecto artístico. A través de esta plataforma y a ojos de todos los que estaban conectados en ese momento, se teatralizó el suicidio de uno de los usuarios. Los artistas grabaron en tiempo real las diversas reacciones de los espectadores ante ese suicidio simulado, quienes, por supuesto, no sabían si lo que estaban viendo era realidad o ficción.

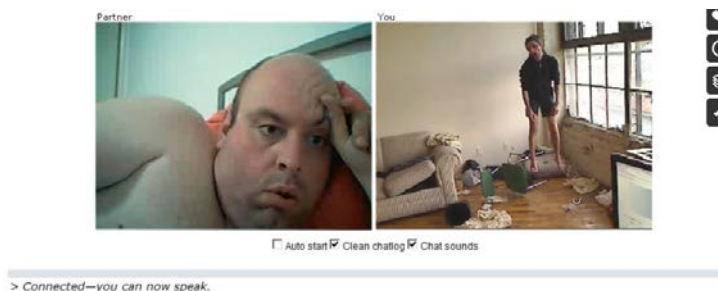


Fig. 4: *No Fun* (Eva & Franco Mattes, 2010). Disponible en: <https://0100101110101101.org/no-fun/>

Otro ejemplo es *FaceToFake*, un canal de Youtube, cuyo creador o creadores se mantienen en el anonimato. Este canal recoge vídeos creados utilizando la técnica de IA denominada *deepFake* o *ultrafalso* —ultrafalsificación de aprendizaje profundo— (FaceToFake, 2019). Presenta distintos tipos de películas, series y otros tipos de grabaciones donde se modifican las caras de los protagonistas con resultados sorprendentes, siendo difícil distinguir si se trata en realidad del personaje que aparece en pantalla o es su recreación artificial. Este tipo de producciones artísticas donde se representa el *fake* o la *mentira emotiva* como objeto de reflexión suele emplear

estrategias donde interviene el humor para evidenciar el peligro del engaño. Como estamos comprobando, el arte va más allá de lo que ocurre en Internet o lo que transmiten los medios de comunicación. El arte, como estamos comprobando, hace un uso crítico y reflexivo de la noción de *posverdad* y del *fake*. El artista tiene como objetivo alertarnos sobre los problemas actuales e interpelarnos para que creemos nuestro propio juicio y evitar así caer en trampas. Hoy, como hemos visto, la imagen digital es fácil de modificar y, con frecuencia, se presenta en la red con cambios casi imperceptibles. Los artistas, a la postre, nos advierten precisamente de eso, de la inestabilidad de la información que asumimos a través de las imágenes.

4. Lifelogging y el videoarte

Podríamos definir el *lifelogging* o *bitácora de vida* como la captura audiovisual, sea o no deliberada, de todas las actividades que una persona realiza en su día a día a través de sus dispositivos digitales móviles (teléfono, *tablet*, relojes inteligentes, ordenadores, etc.) u otros rastreables (como tarjetas bancarias, de fidelización, para el acceso a lugares, RFID Chips, GPS Chips, etcétera). Y aunque podríamos encontrar el equivalente antiguo al *lifelogging* en los diarios de viaje que ya empleaban los navegantes hace siglos, el fenómeno ha tomado forma contemporánea a partir de la aparición y masificación de los smartphones y smartwatch, en la medida que permiten no solo el rastreo geográfico, sino también biológico (medición de pulsaciones, por ejemplo) y social (registra actividades). Además, la práctica del *lifelogging* puede no estar restringida al uso privado, sino que los datos almacenados pueden ser compartidos en red, con los peligros que ello supone para nuestra privacidad (Godoy, 2021). De hecho, basta con pararse a pensar en la cantidad de datos que diariamente se almacenan de cada uno de nosotros en la nube para darnos cuenta de los riesgos que corremos frente a terceros con intenciones maliciosas: registros de ubicación grabados por las distintas aplicaciones que tenemos instaladas en el móvil, datos relacionados con nuestras compras cada vez que pagamos con la tarjeta o a través de Internet, vídeos y fotografías que tomamos y automáticamente se sincronizan con plataformas online... A lo que además se suma nuestro historial de búsqueda y entradas diarias en Internet. Un ejemplo de esta incomodidad social e íntima se refleja perfectamente en el capítulo de *Black Mirror* titulado *The Entire History of You* (*The Entire History of You*, 2011), donde se presenta un futuro distópico en el que se imagina lo que podría llegar a suceder con nuestra autobiografía digital.

“Si usas las redes sociales estás haciendo *lifelogging*; aunque hacer *lifelogging* no sea necesariamente tu intención” (T. Chiang, 2013), decía Ted Chaing, escritor reconocido de ciencia ficción, en una conferencia que dio en el MoMa —afirmación con la que

estamos de acuerdo—. De hecho, es frecuente que la gente se acuerde de nuestro cumpleaños o tal día especial mediante un recordatorio de Facebook. En la exposición titulada *Lifelogging*, que tuvo lugar en la Science Gallery de Dublín, en 2015 (*Lifelogging*, 2015), pudimos ver cómo ya había artistas que se cuestionaban el problema del control continuo de los individuos, planteándose incluso si sería posible llegar a registrarlo todo. Los artistas allí reunidos propusieron métodos creativos para ver, capturar y analizar conocimientos y datos sobre nosotros mismos y quienes nos rodean. Un ejemplo de las obras que conformaban la exposición era el video *Colour of Life Wall* de Cathal Gurrin & DCU, que representaba un mosaico de teselas de colores e imágenes de la vida cotidiana que habían sido capturadas a lo largo de varios días por una cámara de baja resolución de Gurrin. El propósito de esta investigación era desarrollar un software en el futuro que leyese y clasificase los datos masivos en información útil para el usuario. Otra de las piezas expuestas fue la titulada *BigFoot*, de Parsa Ghaffari & Kevin Koidl. Aquí sus creadores partían de la hipótesis de que la mayoría de los usuarios de las redes sociales no son conscientes de la huella digital que dejan. A través de esta obra pretendían concienciar sobre el grado de exposición al que pueden llegar los usuarios de las redes sociales y el impacto que las mismas pueden tener en la sociedad.

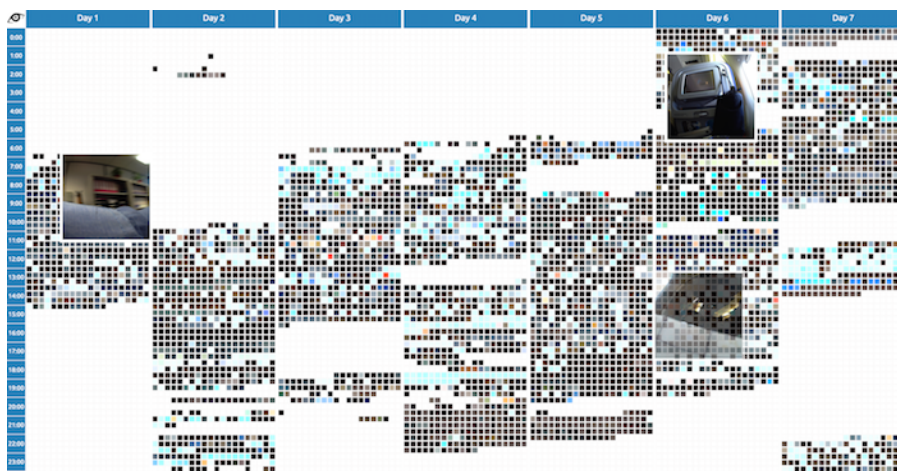


Fig. 5: Colour of Life Wall (Catha Gurrin & DCU, 2006-2015).
Disponible en: <https://www.headstuff.org/topical/science/the-colour-of-life/>



Fig. 6: *BigFoot* (Parsa Ghaffari & Kevin Koidl, 2015). Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=tHhC9K2_r38&ab_channel=ScienceGalleryDublin

Así pues, el futuro que hace solo unos años imaginaba para nosotros la ciencia ficción, donde se recreaban vidas de otras personas, se ha convertido en realidad. Hace no mucho, películas como *Transcendence* (2014) especulaban sobre cómo la investigación en IA podía acabar creando una máquina que poseyera conciencia colectiva y que fuera autosuficiente. Esa utopía hoy día ha dejado de serlo. De hecho, Microsoft recientemente ha patentado un nuevo sistema de chatbot que permitiría hacer simulaciones de personas fallecidas aplicando conjuntamente la tecnología *deepfake*, de forma que podría recrearse un avatar virtual con una imagen 3D y la voz y las expresiones de un sujeto en cuestión, con un efecto similar al reciente anuncio que una marca de cerveza llevó a cabo con Lola Flores, pero que además permitiría dialogar con ella (Sánchez, 2021).

5. Conclusiones

Podríamos concluir que Internet ha transformado sustancialmente nuestra percepción del tiempo y el espacio —ahora necesitamos instantaneidad de respuesta y poder estar en distintas cosas a la vez al mismo tiempo— y, por extensión, de la realidad —Internet es una ventana a través de la cual podemos adentrarnos en nuevos mundos y participar en su creación—. A nuestro parecer, tres factores, combinados en mayor o menor medida, parecen ser determinantes a la hora de plantear un acercamiento crítico a la imagen en red: la velocidad, la densidad y la inseguridad sobre la veracidad de la información. No obstante, desde el punto de vista artístico, estos factores han afectado indeleblemente a la mirada, ahora mucho más fugaz y menos reflexiva.

No en vano, los artistas que han hecho de las dinámicas del mundo virtual su objeto de estudio han comprendido que, para poder hablar acerca de él y ser escuchados, era preciso adaptar las formas de hacer, las estéticas y los lenguajes al entorno digital, empleando el propio medio. Así hemos visto que uno de los formatos que habitan en este espacio híbrido y que mejor funcionan tras la pantalla es el video. El video, como imagen en movimiento puede ser pausado, acelerado, ralentizado, cortado y remezclado, para luego dar pie a algo totalmente distinto. Y lo mismo sucede con la imagen interactiva.

Desde un posicionamiento artístico, a lo largo de las páginas previas hemos procurado evidenciar el modo en el que se construyen las imágenes destinadas a ser distribuidas y visionadas a través de Internet. De esta forma, dentro de los nuevos marcos tecnológicos y conceptuales hemos observado cierta tendencia al empleo de la imagen en movimiento y de la imagen interactiva. Mediante diferentes producciones artísticas hemos observado cómo los fenómenos de la *posverdad* y el *lifelogging* se encuentran directamente relacionados con la problemática de la sobreexposición y la saturación del yo.

Creemos que la metáfora del *navegar* en línea sigue siendo oportuna, aunque observamos que en muchas ocasiones dejamos la nave a la deriva, al arbitrio de dónde nos lleve el deambular por la red o dejamos, sin más, que sea Google quien nos guíe y defina la ruta. Siendo así, creemos que la tarea del artista comprometido con la creación digital pasa por observar lo que sucede en los entornos *online* y reflexionar pausadamente sobre ello, para después poder concienciar sobre los problemas detectados ellos a través de propuestas artísticas que, utilizando el propio lenguaje del sistema, sean capaces de llegar a la sociedad.

6. Referencias

- AUGÉ, M. (2007). Sobremodernidad. Del mundo de hoy al mundo de mañana. *Contrastes: revista cultural*, (47), 101-107.
- BAUMAN, Z. (2016). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica de España, S.L.
- B. Mackern [Facultad de Artes y Humanidades Uniandes] (2 oct. 2020). Una historia de Internet - Del Net Art al "Dilema Social": Brian Mackern (UY) [Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=6WUiDb__QTY&t=865s&ab_channel=FacultaddeArtesyHumanidadesUniandes [Consulta: 16 abr. 2021]
- Eva & Franco Mattes [Eva & Franco Mattes] (4 de my. de 2010). Eva & Franco Mattes, No Fun [Video]. Vimeo. <https://0100101110101101.org/no-fun/> [Consulta: 24 abr. 2021]
- [FaceToFake] (11 nov. 2019). Pasos para hacer un Deepfake, resumido en menos de un minuto [DeepFake] [Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=Z_F0-vCFW6k [Consulta: 27 abr. 2021]

- GARCÍA ULL, F. (2015). *Control y Privacidad en el Ciberespacio. Uso de las Cookies por Parte de los Principales Medios Digitales Españoles*. Tesis Doctoral. Universitat de València. <https://roderic.uv.es/handle/10550/50812> [Consulta: 22 abr. 2021]
- GERGEN, K. J. (2006). *El yo saturado: Dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*. Paidós.
- GODOY, J. D. (2021). 'Lifeloggging', la realidad de la que todos (también usted) formamos parte. *El País*. https://elpais.com/retina/2021/01/20/innovacion/1611107359_745257.html [Consulta: 21 abr. 2021]
- Hito Steyerl [Artforum] (12 oct. 2013) Hito Steyerl, How Not to be Seen: A Fucking Didactic Educational .MOV File, 2013 [Video]. Artforum. <https://www.artforum.com/video/hito-steyerl-how-not-to-be-seen-a-fucking-didactic-educational-mov-file-2013-51651> [Consulta: 19 abr. 2021]
- H. Steyerl [Metrópolis] (06 mar. 2016). Hito Steyerl [Video]. RTVE.es A la Carta. <https://www.rtve.es/television/20160301/hito-steyerl/1310842.shtml> [Consulta: 1 my. 2021]
- Mario Klingemann [Onkaos] (28 my. 2019). Circuit Training by Mario Klingemann [Video]. Vimeo. <https://vimeo.com/338883309> [Consulta: 25 abr. 2021]
- MARTÍN PRADA, J. (2018). La creatividad de la multitud conectada y el sentido del arte en el contexto de la Web 2.0. *Estudios visuales. Ensayo, teoría y crítica de la cultura visual y el arte contemporáneo*, (5), 66-79. <https://cercles.diba.cat/documentsdigitals/pdf/E140057.pdf> [Consulta: 18 my. 2021]
- LEVI, S. (2019). *#FakeYou: Fake news y desinformación*. Rayo Verde Editorial.
- LIFELOGGING (2015). Science Gallery, Trinity College Dublin (Dublín, Irlanda), del 13/02/2015 al 17/04/2015 [exposición colectiva] <https://dublin.sciencegallery.com/lifeloggging?rq=lifeloggging> [Consulta: 1 my. 2021]
- Memo Akten (10 jul. 2015). #Deepdream is blowing my mind [Video]. Memo Akten. <https://memoakten.medium.com/deepdream-is-blowing-my-mind-6a2c8669c698> [Consulta: 24 abr. 2021]
- MICHAUD, Y. (2007). *El arte en estado gaseoso*. Fondo de Cultura Económica.
- PARISER, E. (2017). *Filtro Burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Taurus.
- REINSTEIN, J. (2015) 15 Pets That Look So Much Like Food It Will Make You Uncomfortable. *BuzzFeed*. <https://www.buzzfeed.com/juliareinstein/dog-loaf> [Consulta: 14 abr. 2021]
- SÁNCHEZ, D. (2021). El nuevo negocio de Microsoft permite "resucitar" a los muertos. *Emprendedores.es*. <https://www.emprendedores.es/lideres/microsoft-chatbot-fallecidos/> [Consulta: 15 abr. 2021]
- SERRANO COBOS, J. (2006) *Pasado, presente y futuro de la Web 2.0 en servicios de información digital*. <https://bid.ub.edu/17serra2.htm> [Consulta: 5 my. 2021]
- T. Chaing [Nostalgia] (12 jul. 2013). Ted Chiang on the Future [Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=_632pic1PIU [Consulta: 26 abr. 2021]

- The Entire History of You (Toda Tu Historia*. Dir. Brian Welsh). [Episodio de la serie *Black Mirror*, emitida en Channel4]. Zeppotron. 2011.
- Transcendence*. (Dir. Wally Pfiser). [Digital]. Straight Up Films, 2014.
- TOFFLER, A. (1980). *The Third Wave*. William Morrow & Company.
http://era.gov.kh/eraasset/uploads/2020/02/toffler.alvin_.the_.third_.wave_.pdf [Consulta: 20 abr. 2021]
- TORRADO MARTÍNEZ, J.M., MUÑOZ DEL AMO, A. (2018). Una reflexión crítica sobre las poéticas de lo digital desde el pensamiento artístico. *Artefacto visual*, 3 (4), 65-79. https://5551dd67-1da1-4c54-bcb6-7ab3b18e5b71.filesusr.com/ugd/5373fb_13d5454c61404f37bc5acdc66b827df7.pdf [Consulta: 7 my. 2021]
- LLORENTE, J. A. Y CUENCA, O. (dir.) (2017). *Uno. La era de la posverdad realidad vs. Percepción*, (27), 1-60. https://www.revista-uno.com/wp-content/uploads/2017/03/UNO_27.pdf [Consulta: 5 my. 2021]
- WAKEFIELD, J. (2021). Así funciona "la mente" de Norman, el algoritmo psicópata del MIT que solo ve lo más tenebroso de la red. *BBC News*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-44482471> [Consulta: 19 abr. 2021]
- ZAFRA, R. (2017). Redes y Posverdad. En J. Ibañez Fanés, *En la era de la posverdad. 14 ensayos*. Calambur Editorial, SL. 65-77.